



ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 586**

3 Μαΐου 2005

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

ΑΠΟΦΑΣΗ [1] Αριθμ. 279/IV/2005

Η υπ' αριθμ. 5074/15.10.2004 προηγούμενη γνωστοποίηση, σύμφωνα με το άρθρο 4β του Ν. 703/1977, όπως ισχύει, της μεταβίβασης περιουσιακών στοιχείων στην εταιρεία PROCTER & GAMBLE COMPANY από την εταιρεία CARPENTRAS CORPORATION.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα συνεδριάσεων του 1ου ορόφου των Γραφείων της, την 3η Μαρτίου 2005, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Μέλη : Νικόλαος Γεράσιμος

Νικόλαος Καραμητσάνης, κωλυομένου του τακτικού Θεόδωρου Δεληγιαννάκη,

Δημόκριτος Άμαλλος, κωλυομένου του τακτικού Παναγιώτη Μαντζουράνη,

Αντώνιος Μέγγουλης, κωλυομένου του τακτικού Κων/νου Ηλιόπουλου,

Λεωνίδας Νικολούζος

Ιωάννης Κατσουλάκος και

Αριστέα Σινανιώτη, κωλυομένου του τακτικού Χαρίσιου Ταγαρά.

Γραμματέας : Ηλιάνα Κούτρα, κωλυομένης της τακτικής Αλεξάνδρας-Μαρίας Ταραμπίκου.

Θέμα της Συνεδριάσεως ήταν η από 15.10.2004 (ημ. αρ. πρωτ. 5074) προηγούμενη γνωστοποίηση της εταιρείας Procter & Gamble Company, η οποία αφορά την αγορά περιουσιακών στοιχείων από την εταιρεία Carpentras Corporation.

Στην συνεδρίαση παρέστησαν για τη γνωστοποιούσα εταιρεία Procter & Gamble, οι νόμιμοι εκπρόσωποι Γιώργος Τσουραπάς και Νίκος Λουκαΐτης, μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Ιωάννη Βεκρή και Ιωάννη Σταμούλη.

Η συζήτηση της ανωτέρω υπόθεσης συνεχίστηκε κατά την συνεδρίαση της Ε.Α. την 8η Μαρτίου 2005, ημέρα Τρίτη και ώρα 15:00.

Στην αρχή της συζητήσεως τον λόγο έλαβε Γενική Εισηγήτρια Σοφία Καμπερίδου, Διευθύντρια της Ε.Α., η οποία ανέπτυξε τη γραπτή εισήγησή της και πρότεινε τα εξής: "την μη απαγόρευση της από 15.10.2004 γνωστοποιηθείσας απόκτησης από την εταιρεία Procter & Gamble Company της άδειας χρήσης σημάτων της εταιρείας Carpentras Corporation, δεδομένου ότι δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις σχετικές αγορές τις οποίες αφορά."

Στην συνέχεια, το λόγο έλαβαν οι ανωτέρω νόμιμοι εκπρόσωποι και πληρεξούσιοι δικηγόροι της γνωστοποιούσας εταιρείας, οι οποίοι ανέπτυξαν τις θέσεις αυτών, απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα Μέλη της Επιτροπής και ζήτησαν τη έγκριση της συγκέντρωσης, καθώς επίσης και την εξέταση μάρτυρα για την θεμελίωση των ισχυρισμών τους. Η δε Επιτροπή αποδεχόμενη το αίτημα εξέτασε τον μάρτυρα Αθανάσιο Σουρουλίδη, νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρείας ROLCO ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε.

Με απόφαση της Ολομέλειας της Ε.Α. κλητεύθηκαν και κατέθεσαν, σύμφωνα με το άρθρο 18 παρ. 3, της ΚΥΑ 963/2001 περί Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, οι: α) ο Βασίλειος Αντωνίου, Πρόεδρος του Δ.Σ. της εταιρείας COLGATE-PALMOLIVE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε, μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων του Ευάγγελου Τριανταφύλλου και Ευθυμίας Κινινή και β) ο Jens-Martin Schwaerzler, νόμιμος εκπρόσωπος της εταιρείας HENKEL HELLAS A.B.E.E., μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων του Ιωάννη Δρυλλεράκη και Εμμανουήλ Δρυλλεράκη. Κατόπιν αιτήματος των εταιρειών, COLGATE-PALMOLIVE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε και HENKEL HELLAS A.B.E.E., ο Πρόεδρος της Επιτροπής έδωσε προθεσμία έως την Τρίτη 15 Μαρτίου 2005 και ώρα 12 μ.μ., προκειμένου να καταθέσουν τα υπομνήματά τους.

Ολοκληρωθείσας της συζητήσεως, ο Πρόεδρος της Επιτροπής έδωσε προθεσμία στην γνωστοποιούσα εταιρεία, έως την Τρίτη 15 Μαρτίου 2005, προκειμένου να καταθέσει το υπόμνημά της.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε διάσκεψη την 18η Μαρτίου 2005, ημέρα Παρασκευή και ώρα 11:00, την οποία συνέχισε την 18η Απριλίου 2005, ημέρα Δευτέρα και ώρα 10:00, στην ίδια ως άνω αίθουσα και αφού έλαβε υπόψη τα

[1] Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β'/4.4.2001), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

στοιχεία του σχετικού φακέλου, την εισήγηση της Γραμματείας, τις απόψεις που διατύπωσαν, προφορικώς και εγγράφως και τα υπομνήματα που κατέθεσαν οι ενδιαφερόμενες εταιρείες και την ενώπιον της Επιτροπής εν γένει συζήτηση της υποθέσεως:

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

Ια. Στις 15.10.2004 (α.π. Ε.Α. 5074) η εταιρία PROCTER & GAMBLE COMPANY (εφεξής PROCTER & GAMBLE ή αγοραστής/αγοράστρια) γνωστοποίησε κατά το άρθρο 4β του Ν. 703/77, όπως ισχύει, την αγορά περιουσιακών στοιχείων (δικαιώματα, τίτλοι και δικαιώματα εκμετάλλευσης επί των σημάτων και διπλώματα ευρεσιτεχνίας και ενδεχόμενες εφαρμογές τους κλπ.) της εταιρίας CARPENTRAS CORPORATION (εφεξής CARPENTRAS ή πωλητής/πωλήτρια) με βάση το από 7.10.2004 Συμφωνητικό Αγοράς Περιουσιακών Στοιχείων, που υπεγράφη μεταξύ των CARPENTRAS CORPORATION αφενός, THE PROCTER & GAMBLE COMPANY και PROCTER & GAMBLE INTERNATIONAL OPERATIONS S.A. (εφεξής PGIO) αφετέρου και της ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε. (εφεξής ΡΟΛΚΟ ή εγγυητής/εγγυήτρια) εκ τρίτου.

Ιβι. Ειδικότερα, κατά το άρθρο ΙΙ παρ. 2.1 του ανωτέρω Συμφωνητικού και υπό τον τίτλο "Μεταβιβαζόμενα Περιουσιακά Στοιχεία" συμφωνήθηκε, εκτός των άλλων, ότι η πωλήτρια θα πωλήσει κάθε δικαίωμα, τίτλο, δικαίωμα εκμετάλλευσης σχετικά με :

(i) όλα τα σήματα και όλες τις εφαρμογές των σημάτων που χρησιμοποιούνται, κρατούνται για χρήση, ή σχετίζονται με την επιχείρηση,

(ii) όλα τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και όλες τις ενδεχόμενες εφαρμογές διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, που χρησιμοποιούνται, κρατούνται για χρήση, ή σχετίζονται με την επιχείρηση,

(iii) όλα τα εμπορικά μυστικά, τους τύπους, τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τα βιομηχανικά σχέδια, τα εμπορικά χαρακτηριστικά και άλλα είδη πνευματικής ιδιοκτησίας (εκτός από τα σήματα και τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας), που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά, κρατούνται για χρήση, ή σχετίζονται με την επιχείρηση,

(iv) όλα τα πρωτότυπα, και, εφόσον δεν είναι διαθέσιμα τα πρωτότυπα ή απαιτείται να κρατηθούν από τον πωλητή η τον εγγυητή σύμφωνα με τους νόμους, αντίγραφα όλων των (τωρινών και παλαιότερων) βιβλίων, στοιχείων, φακέλων, νομικών εγγράφων και άλλων εγγράφων που χρησιμοποιούνται, κρατούνται για χρήση, ή σχετίζονται με τα μεταβιβαζόμενα περιουσιακά στοιχεία ή με το μέρος της επιχείρησης που σχετίζεται με τη διανομή, την προώθηση, ή την πώληση των προϊόντων,

(v) όλη τη φήμη και πελατεία που σχετίζεται με την επιχείρηση,

(vi) όλο το έντυπο υλικό πωλήσεων, προώθησης, διαφήμισης κλπ., τους διαφημιστικούς καταλόγους, τους τιμοκατάλογους, τα πελατολόγια και όποιο άλλο υλικό σχετίζεται με τις πωλήσεις, είτε τη δεδομένη στιγμή βρίσκεται στα χέρια του πωλητή, είτε βρίσκεται στην κατοχή τρίτου μέρους και χρησιμοποιείται, φυλάσσεται για χρήση, ή σχετίζεται με την επιχείρηση ή με τα μεταβιβαζόμενα περιουσιακά στοιχεία, καθώς και όλα τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας που σχετίζονται με τα προηγούμενα.

Ιβ2. Στο άρθρο 7 παρ. 14 ("Χρήση της ονομασίας του πωλητή και του Εγγυητή κλπ.") αναφέρεται ότι για διάστημα 12 μηνών μετά το κλείσιμο, ο Πωλητής και ο Εγγυητής θα επιτρέπουν στον Αγοραστή να χρησιμοποιεί υλικά συσκευασίας, διαφημιστικά πωλήσεων και προώθησης τα οποία φέρουν το εταιρικό όνομα του Πωλητή και του Εγγυητή, τα λογότυπα τους, χωρίς επιπλέον κόστος ή επιβάρυνση.

Ιβ3. Τα μεταβιβαζόμενα σήματα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: (α) Σήματα τα οποία αντιπροσωπεύουν σημαντική οικονομική δραστηριότητα που επηρεάζει τις αγορές ("trademarks consistently used in the business") : (i) απορρυπαντικών ρούχων, (ii) καθαριστικών πιάτων και σκευών, (iii) λευκαντικών/ χλωρίων, (iv) μαλακτικών ρούχων, (v) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και (vi) σαπώνων. Τα εν λόγω σήματα είναι συνολικά είκοσι πέντε (25) και διακρίνονται σε : (α1) σήματα εγγεγραμμένα στο αρχείο σημάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης (18) και (α2) σήματα για τα οποία η ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε. έχει υποβάλει, (μη οριστικοποιηθείσες) αιτήσεις καταχώρησης (7) και β) σήματα (15) τα οποία δεν έχουν αξιοποιηθεί εμπορικά για σημαντικό χρονικό διάστημα και δεν επηρεάζουν τις παραπάνω αγορές ("trademarks with significant period of non-use").

Ιγ1.Το ανωτέρω από 7.10.2004 συμφωνητικό μεταβίβασης περιουσιακών στοιχείων υπογράφεται και από την εταιρεία ΡΟΛΚΟ, ως εγγυήτρια, προκειμένου να εξασφαλιστεί η συνέχιση της παραγωγής από την ίδια των προϊόντων που φέρουν τα σήματα που μεταβιβάζονται, το οποίο αποτελεί κεφαλαιώδες στοιχείο της συμφωνίας και για το λόγο αυτό έχει τεθεί ως αίρεση για την υλοποίηση της συμφωνίας.

Ιγ2. Η ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε. μετά τη μεταβίβαση των Σημάτων στην PROCTER & GAMBLE θα συνεχίσει να δραστηριοποιείται στους εξής τομείς:

(Α) Παραγωγή και πώληση για ίδιο λογαριασμό απορρυπαντικών και καθαριστικών προϊόντων. Η δραστηριότητα αυτή περιλαμβάνει :

(αα) την παραγωγή και πώληση για ίδιο λογαριασμό απορρυπαντικών και καθαριστικών προϊόντων που προορίζονται για μη οικιακή χρήση, όπως για ξενοδοχεία, νοσοκομεία, εστιατόρια, σχολεία, εταιρίες και συνεργεία καθαρισμού. Στο πλαίσιο αυτής της δραστηριότητας, περιλαμβάνεται η δημιουργία και ανάπτυξη νέων σημάτων για τα εν λόγω προϊόντα (αγορά μη οικιακής χρήσης),

(ββ) ανάπτυξη των εξαγωγών των προϊόντων που φέρουν τα υπό μεταβίβαση σήματα,

(γγ) παραγωγή απορρυπαντικών και καθαριστικών προϊόντων για λογαριασμό τρίτων (πέραν της PROCTER & GAMBLE) και προϊόντων "ιδιωτικής ετικέτας".

(Β) Παραγωγή απορρυπαντικών και καθαριστικών προϊόντων για λογαριασμό της PROCTER & GAMBLE. Η παραγωγή αφορά τόσο προϊόντα υπό τα σήματα τα οποία εξαγοράζονται από την PROCTER & GAMBLE (και αποτελούν αντικείμενο της γνωστοποίησης) όσο και προϊόντα υπό άλλα σήματα, τα οποία ήδη κατέχει η PROCTER & GAMBLE.

(Γ) Διάφορες άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες, όπως ενδεικτικά: παραγωγή και πώληση στην Ελληνική αγορά προϊόντων προσωπικής φροντίδας (ήδη υπάρχει τέτοια σειρά προϊόντων για εξαγωγές), παραγωγή και πώληση ειδών συσκευασίας (ήδη υπάρχει μία όμοια καθετοποιημένη δραστηριότητα στις εγκαταστάσεις της ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε.), παροχή υπηρεσιών logistics στον τομέα των καταναλωτικών προϊόντων κλπ.

ΙΙα. Στην συζήτηση της υπό κρίση υπόθεσης υπέβαλαν αίτημα να συμμετέχουν, σύμφωνα με το άρθρο 18 παρ. 3 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, οι εταιρίες HENKEL ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ και COLGATE . PALMOLIVE ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ. Επίσης, υπόμνημα σύμ-

φωνα με το άρθρο 18 παρ. 1 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού υπέβαλε και η εταιρία ΚΛΙΚ ΕΠΕ, η οποία ζητούσε και αυτή τη συμμετοχή της στη διαδικασία. Ακόμη, οι τρεις ανωτέρω εταιρείες ζητούσαν πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου και αντίγραφο της εισήγησης της Γραμματείας, αναφερόμενοι σε προηγούμενη νομολογία της Επιτροπής Ανταγωνισμού και στο δικαίωμα που τους παρέχεται από το άρθρο 20 του Συντάγματος.

ΙΙβ. Από τις διατάξεις του άρθρου 18 παρ.1 και 2 του Κανονισμού Λειτουργίας της Επιτροπής Ανταγωνισμού, προκύπτει ότι, αν σε εκκρεμή, μεταξύ άλλων υπόθεση, ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, τρίτος - φυσικό ή νομικό πρόσωπο - έχει έννομο συμφέρον από την έκβαση της δικαζόμενης υπόθεσης, αυτός (τρίτος) έχει δικαίωμα να καταθέσει στη Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικό υπόμνημα και κοινοποιήσει στα ενδιαφερόμενα μέρη αυτό με τη φροντίδα του, πέντε (5) τουλάχιστον ημέρες πριν από τη συζήτηση της υπόθεσης επί ποινή απαραδέκτου. Έννομο συμφέρον νοείται ότι υφίσταται, μεταξύ άλλων περιπτώσεων, και όταν το αποτέλεσμα της δικαζόμενης υπόθεσης επηρεάζει, ευμενώς ή δυσμενώς, τα δικαιώματα ή συμφέροντα του τρίτου, που αναγνωρίζονται από το ιδιωτικό ή δημόσιο δίκαιο και συγκεκριμένα, όταν, μεταξύ άλλων, η απόφαση που θα εκδοθεί θα έχει αντανακλαστικές (ευμενείς ή δυσμενείς) συνέπειες στις έννομες σχέσεις του.

ΙΙγ. Περαιτέρω, από τη διάταξη του άρθρου 18 παρ.3 του Κανονισμού Λειτουργίας της Επιτροπής Ανταγωνισμού προκύπτει, ότι ο Πρόεδρος ή η Ολομέλεια ή το Τμήμα της Επιτροπής, στο οποίο συζητείται η υπόθεση, μπορεί να κλητεύσει στη συζήτηση οποιονδήποτε τρίτο, εφόσον κρίνει ότι η συμμετοχή του συμβάλλει στην εξέταση της υπόθεσης. Η συμμετοχή του τρίτου στη δικαζόμενη υπόθεση, μη φέρουσα το χαρακτήρα της παρέμβασης (κύριας ή πρόσθετης) του αστικού δικονομικού δικαίου, συνίσταται στο δικαίωμα απλώς και μόνο του τρίτου, ασκώντας το από το άρθρο 20 παρ. 2 του Συντάγματος, δικαίωμά του, να καταστήσει γνωστή στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την άποψή του, σ΄ ό,τι αφορά τις ευμενείς ή δυσμενείς σε βάρος του συνέπειες από την έκβαση της δικαζόμενης υπόθεσης και ειδικότερα να καταστήσει γνωστή στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την απειλή επέλευσης σοβαρών συνεπειών σε βάρος των δικαιωμάτων ή συμφερόντων του από την έκδοση της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού και δεν συνεπάγεται τη συμμετοχή του τρίτου σε όλη τη συζήτηση, όπως αυτή ορίζεται στο άρθρο 17 του Κανονισμού Λειτουργίας της Επιτροπής. Το δικαίωμα ακρόασης ασκείται με την κατάθεση υπομνήματος στη Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού και ειδικά στην περίπτωση της παρ. 3 του άρθρου 18 του Κανονισμού, με τη συμμετοχή του τρίτου στη δικαζόμενη υπόθεση, ο οποίος, χωρίς να αποκτά την ιδιότητα του διαδίκου, έχει τη δυνατότητα να εξετασθεί ως μάρτυρας. Δεν δύναται, όμως, ο τρίτος να έχει πρόσβαση στο φάκελο της υπόθεσης, καθόσον το δικαίωμα της ελεύθερης πρόσβασης στο φάκελο της υπόθεσης, παρέχεται μόνο στα υποκείμενα της δικαζόμενης υπόθεσης, δηλαδή στα "άμεσα ενδιαφερόμενα μέρη" (διαδίκους) και όχι στον τρίτο, ο οποίος δεν αποτελεί υποκείμενο της δίκης (δικαζόμενης υπόθεσης) και ως εκ τούτου "άμεσα ενδιαφερόμενο μέρος" (βλ. άρθρο 16 παρ.4 Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού).

ΙΙδ. Οι ισχυρισμοί των τρίτων: α) ΚΛΙΚ ΕΠΕ, β) HENKEL ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ και γ) COLGATE PALMOLIVE ΕΛΛΑΣ Α.Ε., με τους οποίους αυτοί διατείνονται ότι με την υποβολή των υπομνημάτων τους κατ' άρθρο 18 του Κανονισμού απέκτησαν την ιδιότητα του διαδίκου και ότι η Επιτροπή όφειλε να τους επιτρέψει, αφενός τη συμμετοχή σε όλη τη συζήτηση της υπό κρίση συγκέντρωσης υπό την ανωτέρω ιδιότητα (του διαδίκου), αφετέρου την πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης είναι, κατά τα εκτιθέμενα στη νομική σκέψη, απορριπτέοι ως αβάσιμοι και ειδικότερα, όσον αφορά τον ισχυρισμό ότι στερήθηκαν του δικαιώματος ακρόασης, είναι απορριπτέος διότι η Επιτροπή α) δέχθηκε, δυνάμει του άρθρου 18 παρ.1 του Κανονισμού Λειτουργίας της, την υποβολή του από 22.02.2005 υπομνήματος της εταιρείας ΚΛΙΚ ΕΠΕ και β) εξέτασε ως τρίτους, στην συζήτηση της υπό κρίση υπόθεσης, κατά το άρθρο 18 παρ. 3 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΚΥΑ 963/2001), τις εταιρίες HENKEL ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ και COLGATE - PALMOLIVE ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ, κριθέντος, ότι η συμμετοχή τους μπορεί να συμβάλει στην εξέταση της υπόθεσης. Επίσης η Επιτροπή αποδέχθηκε την κατάθεση υπομνήματος από τις ανωτέρω εταιρείες, το οποίο και υπέβαλλαν την 15.3.2005.

Οπότε, και οι τρεις ανωτέρω εταιρίες πλήρως και εν εκτάσει εκθέτουν και αναπτύσσουν, τους ισχυρισμούς τους, ώστε να μην θεμελιώνεται η καταστρατήγηση του προβαλλόμενου δικαιώματός τους, που προβλέπεται από το άρθρο 20 παρ.2 του Συντάγματος. Όσο δε αφορά στη δυνατότητα πρόσβασης στα στοιχεία του φακέλου, η σχετική αξίωση είναι απορριπτέα πρώτον, ως αλυσιτελής δεδομένου ότι στις δύο εταιρίες που κλήθηκαν σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 18 του Κανονισμού, HENKEL ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ και COLGATE PALMOLIVE ΕΛΛΑΣ Α.Ε., δόθηκε αντίγραφο της εισήγησης, χωρίς τα απόρρητα στοιχεία των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην υπό κρίση συγκέντρωση και δεύτερον, διότι, ειδικά όταν κρίνεται μία συγκέντρωση επιχειρήσεων, ο φάκελος της υπόθεσης περιέχει κατεξοχήν απόρρητα στοιχεία των εμπλεκομένων στη συγκέντρωση επιχειρήσεων (μερίδια αγοράς, πελατολόγια, κλπ.), για τα οποία ρητά το άρθρο 16 παρ. 4 του Κανονισμού Λειτουργίας επιβάλλει την απαγόρευση πρόσβασης των τρίτων σε αυτά.

ΙΙΙα1. Η PROCTER & GAMBLE, με έδρα στο Σινσινάτι της Πολιτείας του Οχάιο των Η.Π.Α., εισηγμένη στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης, δραστηριοποιείται στην παραγωγή και διάθεση καταναλωτικών ειδών, εκ των οποίων τα απορρυπαντικά, οι βρεφικές πάνες, τα προϊόντα προσωπικής υγιεινής των γυναικών και περιποίησης μαλλιών αντιπροσωπεύουν το 50% των συνολικών πωλήσεών της. Στην Ελληνική αγορά δραστηριοποιείται διαμέσου της θυγατρικής της Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ, η οποία από 1ης Ιουλίου 2000 λειτουργεί ως αντιπρόσωπος και αποκλειστικός διανομέας των προϊόντων της PROCTER & GAMBLE στην Ελλάδα στο πλαίσιο συμφωνιών με τις εταιρείες Procter & Gamble International Operations SA, Procter & Gamble Food Products SARL, θυγατρικές της PROCTER & GAMBLE.

ΙΙΙα2. Η Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ εισάγει τα προϊόντα που διαθέτει στην εγχώρια αγορά - (απορρυπαντικά ρούχων, λευκαντικά, προϊόντα καθαρισμού σπιτιού) - από εργοστάσια της Procter & Gamble International Operations SA, που είναι εγκατεστημένα σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα προϊόντα αυτά διανέμονται μέσω δικτύου πωλήσεων της Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ στις αλυσίδες λιανικού εμπορίου και στο χονδρεμπόριο.

ΙΙΙα3. Οι κύκλοι εργασιών της Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ κατά τα έτη 2001, 2002 και 2003 ήσαν 251, 264.80, 275 εκ. ευρώ αντιστοίχως.

ΙΙΙβ. Η CARPENTRAS CORPORATION συστήθηκε σύμφωνα με τους νόμους του Παναμά και δεν έχει δραστηριότητα σε άλλες χώρες. Είναι κάτοχος των μεταβιβαζόμενων περιουσιακών στοιχείων στην εταιρεία PROCTER & GAMBLE, δυνάμει δε συμφωνίας άδειας χρήσης σημάτων έναντι ανταλλάγματος η ΡΟΛΚΟ έχει αποκτήσει το δικαίωμα χρήσης των σημάτων αυτών στην ελληνική αγορά. Μετοχική σχέση μεταξύ των δύο εταιριών, κατά δήλωση της ΡΟΛΚΟ, δεν υφίσταται.

ΙΙΙγ1. Η ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Ανώνυμη Εταιρία Βιομηχανιών και Σαπώνων (εγγυήτρια) ιδρύθηκε το 1948, με έδρα την Αθήνα και ασχολείται με την παραγωγή προϊόντων καθαρισμού και υγιεινής. Αποτελεί τη μεγαλύτερη και πιο σύγχρονη μονάδα απορρυπαντικών στη χώρα μας, στεγάζεται σε χώρο 16.000 τμ. και απασχολεί 350 άτομα. Τα προϊόντα της διακρίνονται σε καταναλωτικά, που απευθύνονται στο λιανικό εμπόριο και σε επαγγελματικά, που απευθύνονται σε ξενοδοχεία, νοσοκομεία, συνεργεία καθαρισμού, ιδρύματα κλπ.

ΙΙΙγ2. Τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται και στην παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label) καθώς και επώνυμων προϊόντων για τις ανάγκες Ελληνικών και πολυεθνικών εταιριών που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική αγορά. Ορισμένοι από τους πελάτες της για τους οποίους παράγει είτε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, είτε επώνυμα προϊόντα είναι οι εταιρίες ΑΒ Βασιλόπουλος, Βερόπουλος, Γαλαξίας, Ελομάς, Μασούτης, Ευρωχαρτική, Μάκρο, Μετρό, Carrefour, ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ, ΕΥΡΗΚΑ ΚΥΠΡΟΥ, SARA LEE κ.α.

ΙΙΙγ3. Η ΡΟΛΚΟ είναι ο μεγαλύτερος Έλληνας εξαγωγέας απορρυπαντικών και προϊόντων καθαρισμού, πραγματοποιεί δε εξαγωγές στη Βουλγαρία, Αλβανία, Κύπρο, Μάλτα, Δημοκρατία των Σκοπίων, Ρωσία, Γερμανία, Βέλγιο, Η.Π.Α., Σουηδία, Δανία, Ιαπωνία, Κορέα, Ταϊβάν, κ.α. Το 2001 εισήλθε και στο χώρο των καλλυντικών, τα οποία εξάγει σε διάφορες χώρες με την επωνυμία TACT BEAUTY CARE.

ΙΙΙγ4. Οι πωλήσεις των προϊόντων που φέρουν τα μεταβιβαζόμενα με τη σύμβαση αγοράς περιουσιακών στοιχείων σήματα αφορούν: (i) πωλήσεις στην Ελλάδα προϊόντων με τα σήματα που θα μεταβιβαστούν στην PROCTER & GAMBLE και τα οποία εφεξής θα εκμεταλλεύεται η τελευταία, (ii) πωλήσεις - εξαγωγές προϊόντων με τα μεταβιβαζόμενα σήματα τα οποία θα εκμεταλλεύεται η ΡΟΛΚΟ, (iii) πωλήσεις προϊόντων στην επαγγελματική αγορά με τα σήματα που μεταβιβάζονται και τα οποία θα εκμεταλλεύεται η ΡΟΛΚΟ.

ΙΙΙγ5. Η δραστηριότητα της ΡΟΛΚΟ, εκτός των πωλήσεων προϊόντων με τα σήματα που μεταβιβάζονται, περιλαμβάνει και τις ακόλουθες επιχειρηματικές δράσεις, (τις οποίες θα συνεχίσει η ΡΟΛΚΟ) : (i) επαγγελματικές / βιομηχανικές πωλήσεις που δεν αφορούν τα μεταβιβαζόμενα σήματα, (ii) παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και επωνύμων, υπό μορφή φασόν, (iii) παραγωγή άλλων προϊόντων όπως προϊόντων προσωπικής φροντίδας.

ΙΙΙγ6. Με βάσει τα παραπάνω, ο κύκλος εργασιών της ΡΟΛΚΟ για την τριετία 2001, 2002, 2003, ήταν 45.413, 46.498 και 46.797 εκ. ευρώ.

ΙVα. Στην υπό κρίση υπόθεση, ως σχετικές αγορές, δηλαδή αγορές που περιλαμβάνουν το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους, θεωρούνται αυτές στις οποίες ανήκουν τα προϊόντα που θα φέρουν τα σήματα που θα αποκτηθούν από την εξαγοράζουσα αυτά PROCTER & GAMBLE. Αυτές είναι οι αγορές : α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο σε οποιαδήποτε μορφή (σκόνη, ταμπλέτες και υγρή μορφή), β) απορρυπαντικών ρούχων στο χέρι σε μορφή σκόνης και υγρή μορφή, γ) καθαριστικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο σε οποιαδήποτε μορφή (σκόνη, ταμπλέτες), δ) καθαριστικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι, ε) λευκαντικών/ χλωρίων, στ) μαλακτικών ρούχων, ζ) καθαριστικών σπιτιού, η) σαπώνων σε οποιαδήποτε μορφή (στερεά μορφή και κρεμοσάπουνα).

ΙVβ. Η Επιτροπή κρίνει ότι οι αγορές των απορρυπαντικών για τα ρούχα και καθαριστικών για τα πιάτα και τα σκεύη, χωρίζονται στις επιμέρους σχετικές αγορές για πλύσιμο στο χέρι και για πλύσιμο στο πλυντήριο, για τους ακόλουθους λόγους: (i) Η σύνθεση και τα χαρακτηριστικά των απορρυπαντικών για τα ρούχα και των καθαριστικών για τα πιάτα για πλύσιμο στο χέρι, διαφέρουν από αυτά για πλύσιμο στο πλυντήριο. Ειδικότερα στην περίπτωση ορισμένων απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, παρατηρείται υπερβολικός αφρισμός που τα καθιστά ακατάλληλα για το πλυντήριο, ενώ τα απορρυπαντικά ρούχων σε μορφή ταμπλετών (πλυντηρίου) δεν μπορούν, σε καμία περίπτωση να χρησιμοποιηθούν για το πλύσιμο ρούχων στο χέρι. Από την πλευρά τους τα καθαριστικά για πλύσιμο στο πλυντήριο έχουν αλκαλική σύνθεση και εάν χρησιμοποιηθούν στο χέρι θα προκαλέσουν δερματικές βλάβες και πιθανόν βλάβες των οφθαλμών. (ii) Η τιμή είναι διαφορετική. Τα απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο και τα καθαριστικά για πιάτα/ σκεύη για πλύσιμο στο πλυντήριο είναι αισθητά ακριβότερα από αυτά για πλύσιμο στο χέρι. Ειδικά τα καθαριστικά πιάτων /σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο είναι αρκετά ακριβότερα από αυτά για πλύσιμο στο χέρι και η χρήση τους ακόμη και αν ήταν δυνατή για πλύσιμο στο χέρι, θα ήταν ασύμφορη. (iii) Τα σούπερ μάρκετ τοποθετούν τα απορρυπαντικά για πλύσιμο στο χέρι σε διαφορετικά σημεία από τα απορρυπαντικά για πλύσιμο στο πλυντήριο. (iv) Ο μέσος όρος των ελληνικών νοικοκυριών που χρησιμοποιούν πλυντήριο πιάτων (25%) είναι χαμηλότερος από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο όρο (44%). (v) Οι εταιρίες που παράγουν καθαριστικά για πλύσιμο πιάτων στο χέρι δεν παράγουν αντίστοιχα για το πλυντήριο, δεδομένου ότι απαιτείται διαφορετική τεχνογνωσία.

ΙVγ. Προκειμένου να εξετασθούν οι επιπτώσεις που θα έχει η υπό εξέταση εξαγορά στην εγχώρια αγορά, ως σχετική γεωγραφική αγορά θα πρέπει να ληφθεί αυτή της Ελληνικής επικράτειας, δεδομένου ότι η εξαγοράζουσα επιχείρηση μπορεί να πωλεί τα προϊόντα της υπό ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού σε όλη την επικράτεια.

ΙVδ. Η αγορά των προϊόντων οικιακής χρήσης έχει ολιγοπωλιακή μορφή και οι κυριότερες εταιρίες, εκτός των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση εταιριών, που δραστηριοποιούνται σ' αυτήν είναι κυρίως πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι εξής : (i) Η εταιρία UNILEVER HELLAS A.E.B.E. που ιδρύθηκε το 1960 και ασχολείται μεταξύ των άλλων με την παραγωγή, επεξεργασία και εμπορία παντός είδους χημικών προϊόντων, απορρυπαντικών, λευκαντικών, στιλβωτικών, σαπουνιών, καλλυντικών και τροφίμων. Η εταιρία διαθέτει απορρυπαντικά ρούχων με το σήμα Skip (για πλυντήριο) και Omo (για πλύσιμο στο χέρι), καθαριστικά πιάτων Svelto (για το χέρι) και Sun (για πλυντήριο), λευκαντικά /χλώρια Klinex, μαλακτικά ρούχων Cajoline , προϊό-

ντα καθαρισμού σπιτιού Vim και Cif και σαπούνια Lux και Dove. (ii) Η εταιρία HENKEL ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε., που ιδρύθηκε το 1968 ανήκει στον διεθνή όμιλο HENKEL, και δραστηριοποιείται στους τομείς των απορρυπαντικών και καθαριστικών, χημικών καθαρισμού και επεξεργασίας νερού πισίνας, ειδικών καθαριστικών-απολυμαντικών, υλικών φωσφατάσης και καλλυντικών, καθώς και στην παραγωγή συγκολλητικών ουσιών. Ειδικότερα, όσον αφορά τα απορρυπαντικά και καθαριστικά, η εταιρία διανέμει τα απορρυπαντικά ρούχων με τα σήματα Persil (για πλύσιμο στο χέρι), Dixan και Neomat (για πλύσιμο στο πλυντήριο), τα μαλακτικά Persil και Neomat και τα καθαριστικά γενικής χρήσης Bref, Glo Coat. (iii) Η εταιρεία COLGATE PALMOLIVE HELLAS A.E.B.E.E. που ιδρύθηκε το 1962 και ασχολείται με την παραγωγή και διανομή απορρυπαντικών ρούχων και πιάτων, μαλακτικών για τα ρούχα και καθαριστικών προϊόντων για το σπίτι, καλλυντικών, σαπουνιών και προϊόντων για την στοματική υγιεινή. Ειδικότερα, η εταιρία διαθέτει απορρυπαντικά για ευαίσθητα ρούχα Soflan, μαλακτικά ρούχων Soupline, απορρυπαντικά πιάτων Palmolive και Azax Excel, σαπούνια Palmolive καθώς και προϊόντα καθαρισμού σπιτιού Azax. (iv) Η εταιρεία ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε., που ιδρύθηκε το 1960, ανήκει στον Κυπριακό όμιλο ΕΥΡΗΚΑ και ασχολείται με την παραγωγή απορρυπαντικών, λευκαντικών, εντομοκτόνων, αποσμητικών χώρου και αποφρακτικών, καθώς και την εισαγωγή και διανομή λιπασμάτων, ειδών ατομικής περιποίησης, παραφαρμακευτικών προϊόντων και εντομοαπωθητικών συσκευών. Ειδικότερα, η εταιρία παράγει και διακινεί απορρυπαντικά ρούχων και πιάτων, λευκαντικά και τα ενισχυτικά πλυσίματος με το σήμα ΕΥΡΗΚΑ. (v) Η εταιρία RECKITT ΜΠΕΝΚΙΖΕΡ ΕΛΛΑΣ ΧΗΜΙΚΑ Α.Β. & Ε.Ε. που ιδρύθηκε το 1965 και ασχολείται με την παραγωγή, εισαγωγή, εξαγωγή και διάθεση απορρυπαντικών, προϊόντων καθαρισμού, προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, καθώς και χημικών, χημικοτεχνικών και καλλυντικών προϊόντων παντός είδους. Ειδικότερα, όσον αφορά τους τομείς των απορρυπαντικών, η εταιρία διαθέτει απορρυπαντικά ρούχων με το σήμα Dosia, καθαριστικά πιάτων με τα σήματα Dosia Calgonit (για πλυντήριο), λευκαντικά Vanish και Destree, μαλακτικά ρούχων Quanto, προϊόντα καθαρισμού σπιτιού Cillit, Calcor, Silvo κ.ά. και σαπούνια Dettol. (vi) Η εταιρία LAMDA DETERGENTS S.A., θυγατρική εταιρία της ΝΕΟΧΗΜΙΚΗ Λ.Β. ΛΑΥΡΕΝΤΙΑΔΗΣ, η οποία το 2000 προέβη στην εξαγορά του εργοστασίου παραγωγής απορρυπαντικών (ρούχων για πλυντήριο και το χέρι, μαλακτικών ρούχων, πλυντηρίου πιάτων και για πλύσιμο στο χέρι) και χημικών προϊόντων της HENKEL ΕΛΛΑΣ. Η εταιρία διαθέτει παραγωγική μονάδα στην Αταλάντη, και αποτελεί το μεγαλύτερο βιομηχανικό συγκρότημα παραγωγής απορρυπαντικών στα Βαλκάνια. Στην εν λόγω μονάδα, που είναι σύγχρονης και υψηλής τεχνολογίας, εκτός από απορρυπαντικά σε υγρή μορφή και σκόνη παράγονται και πρώτες ύλες για απορρυπαντικά. Η ετήσια παραγωγική δυναμικότητά της σε απορρυπαντικά σκόνης ανέρχεται σε 100.000 τόνους, σε απορρυπαντικά σε υγρή μορφή σε 100.000 τ. και σε πρώτες ύλες σε 25.000 τ. Η εταιρία ασχολείται με την α) παραγωγή απορρυπαντικών για επιχειρήσεις του κλάδου, (HENKEL, ECOLAB, UNILEVER, JOHNSONDIVERSEY και SARALEE), β) παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό αλυσίδων λιανεμπορίου (CARREFOUR, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, DIA, MAKRO, ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΓΑΛΑΞΙΑΣ, ΜΕΤΡΟ).

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού λαμβάνοντας υπόψη τις εκτιμήσεις της γνωστοποιούσας εταιρείας και αυτές των ανταγωνιστριών εταιρειών, καθώς και τις έρευνες αγοράς των εταιριών Nielsen και IRI εκτιμά ότι τα μερίδια που κατέχουν οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στις υπό κρίση σχετικές αγορές έχουν ως ακολούθως:

Εταιρείες	Απορρυπ. ρούχων για πλύσιμο στο χέρι %	Απορρυπ. για πλύσιμο στο πλυντήριο %	Καθαριστ. πιάτων / σκευών για πλύσιμο στο χέρι %	Καθαριστικά πιάτων / σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο %	Λευκαντικά / χλωρίνες %	Μαλακτικά ρούχων %	Προϊόντα καθαρισμ. σπιτιού %	Σαπούνια %
PROCTER	30,90	34,20	20,30		8,80		6,90	3,00
ΡΟΛΚΟ	15,40	6,40	32,90	0,40	1,10	4,60	6,70	1,00
Σύνολο	46,30	40,60	53,20	0,40	9,90	4,60	13,60	4,00
UNILEVER	9,20	40,70	12,00	9,50	54,80	13,30	14,40	23,40
COLGATE			17,40		0,80	39,70	52,10	25,30
HENKEL	7,90	14,00	0,10		0,30		1,80	10,80
RECKITT	9,00	2,40	0,70	84,20	4,40	24,20	2,10	
ΕΥΡΗΚΑ			2,40		16,40		2,60	
PRIVATE LABELS			4,80	1,80	6,70	9,00	3,90	7,20

Σχετικά με τον παραπάνω πίνακα σημειώνονται τα εξής:

(α) οι εκτιμήσεις της εταιρείας Nielsen καλύπτουν το 80% των αγορών και μόνο στην περίπτωση των καθαριστικών πιάτων/σκευών για το πλυντήριο το 90%.

(β) Τα μερίδια των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private labels) στηρίζονται σε εκτιμήσεις διότι κάποιες εκπτωτικές αλυσίδες δεν επιτρέπουν στις εταιρίες ερευνών να συλλέξουν στοιχεία των πωλήσεών τους και να τα επεξεργαστούν. Έτσι, οι εταιρίες μετρήσεων χρησιμοποιούν κάποια γενικά στοιχεία πωλήσεων αυτών των εκπτωτικών αλυσίδων και το γεγονός αυτό έχει ως συνέπεια τα μερίδια να είναι υποεκτιμημένα, κυρίως στις κατηγορίες όπου τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν αρκετά μεγάλες πωλήσεις π.χ. απορρυπαντικά ρούχων, καθαριστικά πιάτων/σκευών και προϊόντα καθαρισμού σπιτιού.

Vα. Οι υπό κρίση αγορές παρότι δημιουργήθηκαν προ δεκαετιών, συνεχίζουν να παρουσιάζουν δυναμική ανάπτυξη και συνεχή εξέλιξη. Π.χ. στην αγορά απορρυπαντικών ρούχων ενώ, μόλις πριν πέντε χρόνια τα απορρυπαντικά σε υγρή μορφή αντιπροσώπευαν λιγότερο από 5% της συνολικής αξίας της κατανάλωσης, σήμερα υπερβαίνουν το 20%. Αντίστροφα, η συμμετοχή των απορρυπαντικών σε σκόνη μειώθηκε από 95% σε λιγότερο από 75%. Τα δε απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο χέρι από 20% πριν λίγα χρόνια, σήμερα αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 10% της αγοράς.

Vβ. Επίσης, τα τελευταία χρόνια άρχισαν να εμφανίζονται και άλλα είδη απορρυπαντικών, όπως για πλύσιμο μαύρων ρούχων, ευαίσθητων κλπ. Παράλληλα, παρατηρείται και μεγάλη διαφοροποίηση των τιμών σε σχέση με το είδος του απορρυπαντικού, όπως, α) στα προϊόντα εξειδικευμένης απόδοσης (για μαύρα ρούχα, για ευαίσθητα), στα οποία η τιμή είναι σημαντικά άνω του μέσου όρου (μ.ο.), β) στα προϊόντα υψηλής καθαριστικής απόδοσης (για λευκά/χρωματιστά), στα οποία η τιμή είναι άνω του μ.ο. και γ) στα προϊόντα καλής καθαριστικής απόδοσης, στα οποία η τιμή είναι κάτω του μ.ο. (τα τελευταία δύο χρόνια παρατηρείται σημαντική ανάπτυξη της ως άνω κατηγορίας), (δ) στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, που διατίθενται από όλες σχεδόν τις αλυσίδες λιανεμπορίου και βεβαίως από τις αλυσίδες αποκλειστικά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, στα οποία η τιμή πώλησης είναι σημαντικά κάτω του μ.ο.

Vγ1. Η αγορά απορρυπαντικών ρούχων, θα συνεχίσει να έχει συνολικά μια ιδιαίτερη δυναμική και στο μέλλον διότι η ανάγκη για καλύτερη απόδοση, καλύτερη σχέση απόδοσης/ τιμής και ικανοποίηση εξειδικευμένων αναγκών γίνονται όλο και πιο έντονες σε ένα περιβάλλον, όπου ο καταναλωτής έχει συνεχώς αυξανόμενες γνώσεις, απαιτήσεις και επιλογές. Σημειωτέον ότι πλυντήριο ρούχων το 2002, είχε το 81,7% των ελληνικών νοικοκυριών.

Vγ2. Η αφοσίωση στο σήμα όσον αφορά τα απορρυπαντικά ρούχων δεν είναι αρκετά ισχυρή, ώστε να παρακάμπτει το όριο που θέτει η πλέον χαμηλή τιμή.

Vδ. Όσον αφορά την αγορά καθαριστικών πιάτων, παρουσιάζει σημαντικές εξελίξεις και ειδικότερα: α) Τα προϊόντα πλυντηρίου πιάτων αναπτύσσονται ταχέως εις βάρος των προϊόντων καθαρισμού στο χέρι επειδή, όπως είναι ευνόητο, τα πλυντήρια εξαπλώνονται. β) Τα προϊόντα με τιμή χαμηλότερη του μ.ο. με ικανοποιητική απόδοση αναπτύσσονται ταχύτατα λόγω της εισόδου στην αγορά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. γ) Τα προϊόντα με μεγαλύτερη συμπύκνωση/ αποτελεσματικότητα αναπτύσσονται εις βάρος των προϊόντων αραιής συμπύκνωσης. δ) Οι καταναλωτές αναζητούν καλύτερα αρώματα και εμφάνιση από τα προϊόντα, απαίτηση που καλύπτεται με την εμφάνιση προϊόντων όπως τα Fairy Aromatics, Ava Tsai, Svelto Baking Soda, Palmolive Spring Sensations, κ.α. Αναμένεται ότι η αγορά θα συνεχίσει να έχει έντονη δυναμική και στο μέλλον, με παράγοντες όπως τιμή - αποτελεσματικότητα να παίζουν ακόμα μεγαλύτερο ρόλο, ενώ η ανάγκη απλούστευσης της διαδικασίας πλύσης θα συνεχίσει να οδηγεί σε αύξηση της κατανάλωσης προϊόντων πλυντηρίου πιάτων.

Vε. Οι Έλληνες καταναλωτές επιλέγουν προϊόντα με διάφορα κριτήρια, όπως ποιότητα, καινοτομία προϊόντων, εικόνα προϊόντων αλλά και τιμή που πρόσφατες μελέτες εμφανίζουν ως βασικό κριτήριο που όλο και περισσότερο προσδιορίζει την τελική στάση του καταναλωτή. Γεγονός είναι ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική ανάπτυξη και καινοτόμων προϊόντων και προϊόντων χαμηλής τιμής. Στην κατηγορία των απορρυπαντικών ρούχων π.χ. τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί τα απορρυπαντικά σε ταμπλέτες, όπως και σε υγρή μορφή με αποτέλεσμα σήμερα να κατέχουν το 20% της συνολικής αγοράς σε σύγκριση με μόνο 2% πριν από περίπου 5 χρόνια. Επίσης, τα απορρυπαντικά ρούχων ιδιωτικής ετικέτας που πωλούνται σε εκπτωτικές αλυσίδες έχουν κατακτήσει εθνικό μερίδιο που πλησιάζει το 8% ενώ, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που πωλούνται στις αλυσίδες και φέρουν το όνομά τους κατέχουν εθνικό μερίδιο της τάξης του 5%. Παρόμοια δυναμική παρουσιάζουν και τα απορρυπαντικά πιάτων με τη διείσδυση των εκπτωτικών αλυσίδων να πλησιάζει το 12%.

Vστ. Στις υπό κρίση σχετικές αγορές τα τελευταία χρόνια, έχουν σημειωθεί σημαντικές εξελίξεις, όπως: α) Η εισαγωγή εκπτωτικών αλυσίδων (hard discounters) που πωλούν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Τα hard discounters παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη στην ευρωπαϊκή αγορά, με ρυθμό ανάπτυξης πλέον του 5% ετησίως. Το δε μερίδιο αγοράς τους στην Δ. Ευρώπη έχει φτάσει το 18,1% (στοιχεία 2003), με υψηλότερο αυτό της Γερμανίας (40,2%) . Στην Ελλάδα το μερίδιο των discounters ανήλθε στα απορρυπαντικά στο 8,8% το α' εξάμηνο του 2004, με ρυθμό ανάπτυξης 28% έναντι του προηγουμένου έτους. Το 2005 με την αναμενόμενη είσοδο στην Ελληνική αγορά της Γερμανικής εταιρείας Tengelmann, μέσω των εκπτωτικών καταστημάτων Plus, εκτιμάται ότι το μερίδιο αγοράς των discounters θα φτάσει το 11%. Τα discounters έχουν στην Ελλάδα περίπου 350 καταστήματα και υπολογίζεται ότι ανοίγουν 50 νέα καταστήματα κάθε χρόνο. β) Η εισαγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από αλυσίδες λιανεμπορίου που ταυτόχρονα διαθέτουν/πωλούν στα καταστήματά τους επώνυμα προϊόντα. Οι περισσότερες λιανεμπορικές εταιρίες έχουν προωθήσει περισσότερες από μια σειρές private label προϊόντα, σαν εργαλείο άμυνας απέναντι στη στρατηγική των hard discounters. Αφορούν τις περισσότερες κατηγορίες καταναλωτικών προϊόντων με έμφαση στα απορρυπαντικά, χαρτικά και καθαριστικά. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας παρουσιάζουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης καθώς οι τιμές τους είναι χαμηλότερες έναντι ανταγωνιστικών προϊόντων, με αποτέλεσμα να προσελκύουν τους καταναλωτές (ΕΑ/277/IV/2005). γ) Η χώρα μας αποτελεί μια ελκυστική αγορά για πολλές ευρωπαϊκές εταιρίες που βλέπουν ευκαιρίες ανάπτυξής τους, κυρίως, στην κατηγορία των απορρυπαντικών ρούχων, πολ-

λές από τις οποίες προετοιμάζουν την είσοδο τους στην Ελληνική αγορά.

Vζ. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που έχουν επίδραση στο κόστος εισόδου στις αγορές αυτές είναι το κόστος του προϊόντος (40-60%), διαφήμισης/προώθησης (10-30%), εμπορίου (25-35%), διανομής (3-5%) καθώς και έρευνας/ανάπτυξης (1-3%). Εξάλλου, για την είσοδο ενός προϊόντος στην αγορά δεν υφίσταται κανενός είδους νομικός περιορισμός και η μόνη προϋπόθεση είναι η υποβολή φακέλου προϊόντος με αναφορά στη σύνθεσή του και στον τόπο παραγωγής του στο Γενικό Χημείο του κράτους .

Vη. Στις υπό κρίση αγορές οι οικονομίες κλίμακος παίζουν γενικά ρόλο αλλά όχι πρωτεύοντα. Οι λόγοι είναι: α) Η σημασία της καινοτομίας για την απόκτηση και διατήρηση/ αύξηση του μεριδίου αγοράς. β) Η δυνατότητα εύρεσης πολλαπλών πηγών προμήθειας ετοίμου προϊόντος. Στη χώρα μας και την Ευρώπη υπάρχουν εταιρίες παραγωγής προϊόντων (φασόν), οι οποίες μπορούν να προμηθεύσουν σε ανταγωνιστικές τιμές προϊόντα σε επιχειρήσεις που πιθανόν ενδιαφέρονται να εισέλθουν στις αγορές αυτές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού είναι οι εκπτωτικές αλυσίδες ή οι αλυσίδες λιανεμπορίου που προμηθεύονται τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας από τέτοιου είδους παραγωγικές μονάδες. γ) Στην χώρα μας υπάρχει πλεονάζουσα παραγωγική δυναμικότητα.

Vθ. Η επένδυση σε έρευνα είναι σημαντική για τη δυνατότητα μιας επιχείρησης να ανταγωνίζεται μακροπρόθεσμα, εφόσον αυτή βασίζεται στην καινοτομία και την υψηλή αποτελεσματικότητα. Η έρευνα είναι μηδαμινής σημασίας για προϊόντα που βασίζονται στη χαμηλή τιμή τους. Η PROCTER & GAMBLE επενδύει σε έρευνα ανάπτυξης προϊόντων, έρευνα καταναλωτών και έρευνα επικοινωνίας. Στην Ελληνική αγορά οι βασικές μορφές έρευνας είναι οι δύο τελευταίες.

VIα. Κατά το άρθρο 4 παρ.2 εδαφ. β΄ του ν. 703/77, όπως ισχύει, "συγκέντρωση πραγματοποιείται όταν ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μίας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων". Συνεπώς η εξαγορά της άδειας χρήσης των σημάτων της εταιρείας CARPENTRAS από την PROCTER & GAMBLE αποτελεί συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά την έννοια της ανωτέρω διάταξης, η οποία εμπίπτει στις σχετικές με τις συγκεντρώσεις ρυθμίσεις του νόμου αυτού.

VIβ. Κατά το άρθρο 4β παρ. 1 του παραπάνω νόμου κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την απόκτηση συμμετοχής που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν: α) με τη συγκέντρωση αποκτάται ή αυξάνεται μερίδιο αγοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αφορά η συγκέντρωση, όπως αυτό ορίζεται στο άρθρο 4στ, που αντιπροσωπεύει στην ελληνική αγορά ή σε ένα σημαντικό, σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών, τμήμα της, τουλάχιστον 35% του συνολικού κύκλου εργασιών που πραγματοποιείται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θεωρούνται ομοειδή από τον καταναλωτή, λόγω των ιδιοτήτων, της τιμής τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται ή β) ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ, ανέρχεται, στην εθνική αγορά, τουλάχιστον σε 150.000.000 ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15.000.000 ευρώ. Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται υποχρεωτικά σε προηγούμενη γνωστοποίηση σύμφωνα με τις ανωτέρω διατάξεις του νόμου, δεδομένου ότι πληρούνται και οι δύο προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος και συγκεκριμένα, α) στην εθνική αγορά για το έτος 2003, ο συνολικός κύκλος εργασιών των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων, ανήλθε στο ποσό [άνω των 280 εκ.] ευρώ, ενώ κατά το ίδιο έτος η εταιρεία Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ πραγματοποίησε κύκλο εργασιών στην εθνική αγορά, 274.982.498,40 ευρώ και οι πωλήσεις των προϊόντων που κυκλοφορούν με τα σήματα (τα οποία αποκτώνται από την PROCTER & GAMBLE) της ΡΟΛΚΟ ανήλθαν στο ποσό των [...εκατ.] ευρώ και β) το μερίδιο που κατέχουν οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου και τις κατά τα ως άνω εκτιμήσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού, στις αγορές των απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι (46% περίπου σε αξία), των απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο (40,6% περίπου σε αξία) και των καθαριστικών πιάτων/ σκευών για πλύσιμο στο χέρι (53% περίπου σε αξία), υπερβαίνει το όριο του 35%. Η εν λόγω συγκέντρωση γνωστοποιήθηκε από την εταιρία PROCTER & GAMBLE εμπρόθεσμα.

VIγ1. Κατά το άρθρο 4ε παρ. 1 του Ν. 703/1977, όπως ισχύει, απαγορεύεται η πραγματοποίηση συγκεντρώσεων που υπάγονται στη διαδικασία προληπτικού ελέγχου μέχρι την έκδοση απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η δε υπαίτια παράβαση της απαγόρευσης αυτής έχει ως αποτέλεσμα την επιβολή, στους υπόχρεους προς γνωστοποίηση, προστίμου ύψους τουλάχιστον 10.000.000 δρχ., το οποίο δεν υπερβαίνει το 15% του συνολικού κύκλου εργασιών, όπως αυτός ορίζεται στο άρθρο 4στ. Σύμφωνα δε με το άρθρο 4γ παρ. 1 του Ν. 703/1977, όπως ισχύει, με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων που υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

VIγ2. Σχετικά με τη δυνατότητα της υπό κρίση συγκέντρωσης να περιορίσει τον ανταγωνισμό συνοψίζοντας τα ανωτέρω, επισημαίνονται τα ακόλουθα :

(i) στις αγορές των λευκαντικών/ χλωρίων, των προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και των σαπουνιών το μερίδιο αγοράς συνολικά και των δύο εταιριών είναι σχετικά χαμηλό και δεν ξεπερνά το 10%, 15% και 4% αντίστοιχα,

(ii) στην αγορά των μαλακτικών ρούχων η εταιρία Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ δεν έχει παρουσία στην εθνική αγορά, ενώ τα υπό μεταβίβαση σήματα κατέχουν το 4,6% περίπου,

(iii) στην αγορά των απορρυπαντικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο η αγοράστρια εταιρία δεν έχει παρουσία, ενώ η ΡΟΛΚΟ έχει πολύ μικρή παρουσία, μικρότερη του 1%,

(iv) Σε αντίθεση με τα ανωτέρω μεγέθη τα συνολικά μερίδια αγοράς, που σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία μελετών, έχουν οι δύο υπό εξέταση εταιρίες στις σχετικές αγορές των απορρυπαντικών ρούχων και καθαριστικών πιάτων, εμφανίζονται υψηλά.

Παρά ταύτα, μια πιο εμπεριστατωμένη εξέταση του θέματος οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα εν λόγω μερίδια είναι υπερεκτιμημένα, εξαιτίας του ότι οι εταιρίες ερευνών δεν δύνανται πάντα να μετρήσουν ένα τμήμα των πωλήσεων εταιριών ιδιωτικής ετικέτας, καθώς τα στοιχεία ορισμένων από αυτές (π.χ. LIDL) δεν είναι προσβάσιμα. Με δεδομένο ότι η LIDL στις εν λόγω αγορές κατέχει μερίδιο τουλάχιστον 10%, τα συνολικά μερίδια της αγοράς που αποδίδονται στις PROCTER & GAMBLE και ROLCO θα πρέπει να μειωθούν αναλόγως.

(v) Ακόμη όμως και εάν ήθελε υποτεθεί ότι τα ως άνω μερίδια αγοράς θα μπορούσαν να εκληφθούν ως ενδείξεις δεσπόζουσας θέσης, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν μπορεί να οδηγήσει σε περιορισμό του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι στις σχετικές αγορές δεν υφίσταται διάρκεια και μονιμότητα στη θέση καμίας εταιρίας. Έχοντας υπόψη ότι οι μεταβολές των κατά καιρούς μεριδίων αγοράς παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες για τις ανταγωνιστικές διεργασίες και για την πιθανή μελλοντική σημασία των διαφόρων ανταγωνιστών (κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις οριζόντιες συγκεντρώσεις, Σημείο 15), η μεγάλη κινητικότητα που χαρακτηρίζει τις επίμαχες αγορές, απομακρύνει τον κίνδυνο παγίωσης καταστάσεων που θα επέτρεπαν σε μια εταιρία να λειτουργήσει αυτόνομα και ανεξάρτητα από τους πελάτες τους και τους ανταγωνιστές της. Ενδεικτικά, το αθροιστικά ποσοστά των PROCTER & GAMBLE και ROLCO την τελευταία τριετία για τα απορρυπαντικά ρούχων στο χέρι μειώθηκαν κατά 9-10%, ενώ η UNILEVER που προ 7ετίας είχε 55% στα απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, σήμερα έχει 40%. Ιδιαίτερα ευμετάβλητη είναι η αγορά απορρυπαντικών πιάτων όπου η COLGATE στις αρχές του 1990 με το προϊόν Palmolive ήταν ηγέτης της αγοράς με 33%, ενώ σήμερα έχει περίπου 17%, η δε UNILEVER την ίδια εποχή με το προϊόν Svelto είχε 22%, ενώ σήμερα έχει μόλις 13%. Στο ίδιο διάστημα εμφανίστηκαν και πολλές μικρές εταιρίες, ενώ τα ποσοστά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας βαίνουν διαρκώς αυξανόμενα, πλησιάζοντας ήδη το 12%.

(vi) Επί πλέον, μία συγκέντρωση έχει λιγότερες πιθανότητες να παρακωλύσει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης, όταν υπάρχουν πολλές δυνατότητες υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και εκείνων που προσφέρουν οι ανταγωνιστές παραγωγοί (κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις οριζόμενες συγκεντρώσεις, Σημείο 28). Από την άποψη αυτή, η πληθώρα επιλογών στις υπό εξέταση αγορές αμβλύνει εάν δεν αναιρεί τον κίνδυνο καταχρηστικών συμπεριφορών από την ύπαρξη υψηλών μεριδίων αγοράς. Χαρακτηριστικά, στις επηρεαζόμενες από τη συγκέντρωση αγορές απορρυπαντικών για πλύσιμο ρούχων και πιάτων, υπάρχει μεγάλος αριθμός ανταγωνιστικών προϊόντων πολυεθνικών κυρίως εταιριών, εκπτωτικών αλυσίδων, προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και τοπικών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, στην αγορά απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, το συνολικό μερίδιο των δύο εταιριών κυμαίνεται, σύμφωνα με μελέτη της Nielsen επί του 80% της αγοράς, στο 40,6% περίπου, ο κυριότερος όμως ανταγωνιστής τους, η εταιρία UNILEVER, κατέχει το ίδιο ποσοστό (40,7%), ενώ παρούσες στην εν λόγω αγορά με μικρότερα ποσοστά είναι και οι πολυεθνικές HENKEL και RECKITT. Όσον αφορά τα απορρυπαντικά για το πλύσιμο ρούχων στο χέρι, η κατοχή υψηλού μεριδίου αγοράς από τις δύο εταιρίες στην υπό κρίση αγορά (εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύει περίπου το 7-10% της συνολικής αγοράς απορρυπαντικών ρούχων) δεν αποτελεί καθ' αυτή απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης και ακόμα λιγότερο δυνατότητα καταχρηστικής συμπεριφοράς, διότι όπως προκύπτει μεταξύ άλλων από τις οδηγίες χρήσης των ανταγωνιστών στα εν λόγω προϊόντα, υπάρχει σε πολύ μεγάλο βαθμό υποκατάσταση των απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι ή στο πλυντήριο. Τέλος, στην αγορά των απορρυπαντικών πιάτων για πλύσιμο στο χέρι που, σύμφωνα με την προαναφερθείσα μελέτη της Nielsen, το μερίδιο των δύο εταιριών ανέρχεται στο 53% της αγοράς περίπου, πέραν της ανταγωνίστριας πολυεθνικής COLGATE που κατέχει ποσοστό 17,4% ακολουθούμενη από την πολυεθνική UNILEVER, υπάρχει και η ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, στην οποία σήμερα υφίστανται τουλάχιστον 110 κωδικοί των εν λόγω προϊόντων.

(vii) Στις υπό κρίση αγορές δεν υπάρχουν νομικά και τεχνολογικά εμπόδια εισόδου μιας νέας επιχείρησης, εκτός από το γεγονός ότι ήδη δραστηριοποιούνται στις εν λόγω αγορές εταιρίες με ισχυρά σήματα. Ο περιορισμός όμως του δυνητικού ανταγωνισμού που συνεπάγεται η παρουσία επωνύμων προϊόντων σε συνδυασμό με εδραιωμένες στον καταναλωτή προτιμήσεις, λόγω της φήμης των παραγομένων προϊόντων (Ε.Α. 40/1996), αντισταθμίζεται σε μεγάλο βαθμό από την αυξανόμενη σημασία στην Ελλάδα της "τιμολογιακής ανταγωνιστικότητας", που όπως προέκυψε και από πρόσφατη έρευνα του Εργαστηρίου Marketing (ALARM) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, σχετικά με τη στάση του καταναλωτικού κοινού στα σούπερ μάρκετ (στα οποία σημειωτέον διακινείται το μεγαλύτερο μέρος των απορρυπαντικών) "οι τιμές αναδεικνύονται σε καθοριστικό παράγοντα καταναλωτικής προτίμησης, σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από γενικότερη οικονομική στενότητα και σαφή τάση προς συμφέρουσες αγορές και ορθολογικότερες αγοραστικές αποφάσεις". Ο γενικός αυτός κανών δεν εξαιρεί τα προϊόντα των συγκεκριμένων σχετικών αγορών.

(viii) Επιπλέον μεταξύ των εταιριών που δραστηριοποιούνται στις υπό εξέταση αγορές, υπάρχει έντονος ανταγωνισμός στον τομέα της έρευνας, με αποτέλεσμα να λανσάρονται νέες εξειδικευμένες μορφές και χρήσεις, π.χ. απορρυπαντικά για πλύσιμο μαύρων ρούχων, για ευαίσθητα ρούχα, για λευκά ρούχα, προϊόντα Μασσαλίας της εταιρίας ΕΥΡΗΚΑ κλπ., γεγονός που εκτιμάται ότι με τη σειρά του θα επιδράσει αρνητικά στην ισχύ των καθιερωμένων σημάτων.

(ix) Οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στις υπό κρίση σχετικές αγορές είναι εταιρίες στην πλειοψηφία τους πολυεθνικές με μεγάλη οικονομική ισχύ.

(x) Το υψηλό μερίδιο αγοράς που συγκεντρώνει η Πρόκτερ & Γκάμπλ σε ορισμένες αγορές αποτελεί μεν ενδεικτικό στοιχείο, όσον αφορά την ύπαρξη ή μη δεσπόζουσας θέσης, στην προκειμένη, όμως, περίπτωση πρέπει να ληφθούν υπόψη εκτός των άλλων και παράγοντες, όπως το εύρος φάσματος των προϊόντων που προσφέρουν οι ανταγωνιστές, η οικονομική τους δύναμη, η δυνατότητα πραγματοποίησης παράλληλων εισαγωγών, η προϊούσα καθιέρωση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετς, καθώς και η ύπαρξη

των εκπτωτικών καταστημάτων, που μπορούν να λειτουργήσουν αποτρεπτικά όσον αφορά τη δυνατότητα της αγοράστριας εταιρίας να διαμορφώνει σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητη επιχειρηματική συμπεριφορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, τους πελάτες της και τους καταναλωτές. Ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι η ενίσχυση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας γίνεται σε βάρος των μικροτέρων εταιριών η χαμηλή τιμή τους αποτρέπει τις ισχυρές επιχειρήσεις να διαμορφώσουν αυτόνομη τιμολογιακή πολιτική σε υψηλά επίπεδα (βλ. και ΕΑ. 51/ΙΙ/1999).

(xi) Οι δύο σχετικές αγορές στις οποίες από κοινού η εξαγοράζουσα και η ΡΟΛΚΟ εμφανίζουν υψηλά μερίδια (άνω του 50%), που θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν κατ' αρχήν την δημιουργία δεσπόζουσας θέσης, στο σύνολο της εξαγοράς (που περιλαμβάνει πλείονες σχετικές αγορές) τα μερίδια είναι κατά πολύ μικρότερα. Στα απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, το αθροιστικό μερίδιο στο σύνολο της συναλλαγής (κύκλος εργασιών) ανέρχεται σε 22,78% (5,65% PROCTER & GAMBLE και 17,13% η ΡΟΛΚΟ) και 38,73% στα απορρυπαντικά πιάτων για πλύσιμο στο χέρι (3,56% η PROCTER & GAMBLE και 35,17 η ΡΟΛΚΟ).

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, συνεπώς, συνεκτιμώντας όλα τα ανωτέρω καταλήγει κατά πλειοψηφίαν στην εκτίμηση ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν πρόκειται να επηρεάσει αισθητά τον ανταγωνισμό στις σχετικές αγορές στις οποίες αναφέρεται.

VIγ3. Κατά τη γνώμη, όμως, ενός μέλος της Επιτροπής Ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές απορρυπαντικών πιάτων και ρούχων για πλύσιμο στο χέρι οι εταιρίες εμφανίζονται με μερίδια μετά την συγκέντρωση 53,2 και 46,3% αντίστοιχα. Τα μερίδια αυτά (ιδιαίτερα στην πρώτη περίπτωση) είναι το αποτέλεσμα άθροισης υψηλών μεριδίων και των δύο εταιριών πριν την συγκέντρωση. Με δεδομένο αυτό και με δεδομένο επίσης ότι :

(i) στις 2 αυτές αγορές οι ανταγωνιστές έχουν χαμηλά έως πολύ χαμηλά μερίδια (ο 2ος ανταγωνιστής έχει 17,4% στην πρώτη περίπτωση και 9,2 στην δεύτερη περίπτωση),

(ii) τα εμπόδια εισόδου, ιδιαίτερα λόγω της φήμης των σημάτων και των πολύ υψηλών απαιτήσεων σε διαφημιστικές δαπάνες, είναι πολύ υψηλά,

(iii) οι αγορές είναι ώριμες με περιορισμένες προοπτικές ανάπτυξης της ζήτησης,

(iv) δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι η (σχετικά περιορισμένη) ανάπτυξη των private labels έχει επηρεάσει τα μερίδια αγοράς των μεγάλων εταιριών όπως η PROCTER & GAMBLE (σε αντίθεση με την επίδοση που φαίνεται να έχουν σε μικρότερες εταιρίες),

(v) τα βασικά σήματα των PROCTER & GAMBLE και ROLCO (όπως π.χ. FAIRY και AVA) έχουν πολύ υψηλά μερίδια και πολύ υψηλή υποκαταστασιμότητα μεταξύ τους, με περιορισμένη δυνατότητα άλλων ισοδύναμων επιλογών από σήματα ανταγωνιστών, που σημαίνει ότι μία συνδυασμένη αύξηση των τιμών τους δεν θα οδηγήσει σε σημαντική μείωση των πωλήσεων τους).

Τα ανωτέρω συνεπάγονται ότι η συγκέντρωση θα οδηγήσει σε σημαντική μείωση των ανταγωνιστικών πιέσεων που δέχονται οι εταιρίες στις εν λόγω αγορές και σε αντίστοιχη αύξηση της δυνατότητας τους να προβούν σε μονομερείς αυξήσεις σε τιμές. Για το λόγο αυτό προτείνει την απαγόρευσή της.

VIδ. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τους δευτερεύοντες περιορισμούς(2001/C 188/2003), αυτοί πρέπει να είναι άμεσα συνδεόμενοι με το κύριο αντικείμενο της συγκέντρωσης και αναγκαίοι για την πραγματοποίησή της, υπό την έννοια ότι, εάν δεν υπήρχαν, η συγκέντρωση δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί ή θα μπορούσε μεν, αλλά υπό περισσότερο αβέβαιες συνθήκες, με αισθητά υψηλότερο κόστος, σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και με πολύ περισσότερες δυσχέρειες. Για να προσδιορισθεί δε εάν ένας περιορισμός είναι αναγκαίος ή όχι, πρέπει να ληφθεί υπόψη όχι μόνο η φύση του, αλλά και να εξασφαλιστεί επίσης ότι η διάρκεια, το αντικείμενο και το γεωγραφικό πεδίο εφαρμογής του δεν υπερβαίνουν εκείνα που εύλογα απαιτούνται για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης. Η άμεση σύνδεση με την συγκέντρωση και η αναγκαιότητα των περιορισμών εκτιμώνται με αντικειμενικά κριτήρια. Οι περιορισμοί δεν κρίνονται αναγκαίοι για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης και άμεσα συνδεόμενοι με αυτήν απλώς και μόνον επειδή τα μέρη τους θεωρούν τέτοιους.

VIε1. Στην υπό κρίση συγκέντρωση και υπό στοιχεία 7.17, με τίτλο "Υποχρέωση μη ανταγωνισμού", του από 7.10.2004 Συμφωνητικού Αγοράς Περιουσιακών Στοιχείων αναφέρονται τα ακόλουθα: "Για περίοδο τριών (3) ετών μετά την Ημερομηνία Κλεισίματος, ο Πωλητής και ο Εγγυητής δεν θα δραστηριοποιηθούν και θα φροντίσουν ώστε και οι Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις τους δεν θα δραστηριοποιηθούν, άμεσα ή έμμεσα, στην εμπορική δραστηριότητα της εισαγωγής, διανομής, προώθησης, στην αγορά ή πώληση οποιωνδήποτε απορρυπαντικών ρούχων, μαλακτικών ρούχων, υγρών πιάτων, λευκαντικών, σαπουνιών (άλλων από τα προσωπικά σαπούνια), καθαριστικών σκληρών επιφανειών, οικιακών καθαριστικών και σάκων σκουπιδιών εντός της Γεωγραφικής Περιοχής. Με την επιφύλαξη των ανωτέρω, ο Πωλητής, ο Εγγυητής και οι Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις αυτών θα μπορούν να:

(i) κατασκευάζουν για τρίτους, συσκευάζουν για τρίτους και εξάγουν απορρυπαντικά ρούχων, μαλακτικά ρούχων, απορρυπαντικά υγρών πιάτων, χλωρίνες, σαπούνια, καθαριστικά σκληρών επιφανειών, οικιακά καθαριστικά και σάκους σκουπιδιών.

(ii) κατασκευάζουν, συσκευάζουν, διανέμουν, προωθούν στην αγορά και πωλούν απορρυπαντικά ρούχων, μαλακτικά ρούχων, απορρυπαντικά υγρών πιάτων, χλωρίνες, σαπούνια, καθαριστικά σκληρών επιφανειών, οικιακά καθαριστικά και σάκους σκουπιδιών μόνο διαμέσου Θεσμικών Δικτύων εντός της Γεωγραφικής Περιοχής. Για τις ως άνω Θεσμικές Πωλήσεις, ο Πωλητής, ο Εγγυητής και οι Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις αυτών θα επιτρέπεται να χρησιμοποιούν τα Σήματα που χρησιμοποιούνται στην γεωγραφική περιοχή από τον Πωλητή, τον Εγγυητή και τις Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις για περίοδο όχι μεγαλύτερη των εικοσιτεσσάρων μηνών από την Ημερομηνία Κλεισίματος. Μετά την ημερομηνία αυτή, ο Πωλητής, ο Εγγυητής και οι Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούν τα Σήματα στην γεωγραφική περιοχή με οποιονδήποτε τρόπο. Το χρηματικό αντίτιμο που καταβλήθηκε στον Πωλητή και που αποδίδεται σε αυτήν την Περιοριστική Συμφωνία συμπεριλαμβάνεται στην Τιμή Αγοράς, όπως ορίζεται στον Πίνακα 4.2 του παρόντος Συμφωνητικού".

VIε2. Οι ανωτέρω δευτερεύοντες περιορισμοί, που περιέχονται στο από 7.10.2004 Συμφωνητικό Αγοράς Περιουσιακών Στοιχείων, συνδέονται άμεσα με το αντικείμενο της συγκέντρωσης και είναι αναγκαίοι για την πραγματοποίησή της.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Αποφαίνεται κατά πλειοψηφία, ότι δεν συντρέχει νόμιμος λόγος απαγόρευσης της από 15.10.2004 γνωστοποιηθείσας βάσει του άρθρου 4β του Ν. 703/1977, όπως ισχύει, συγκέντρωσης επιχειρήσεων ή οποία θα πραγματοποιηθεί με την αγορά περιουσιακών στοιχείων της εταιρίας CARPENTRAS CORPORATION από την εταιρία PROCTER & GAMBLE COMPANY σύμφωνα με το από 7.10.2004 Συμφωνητικό.

Η απόφαση εκδόθηκε την 22α Απριλίου 2005.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β/4.4.2001).

Αθήνα, 22 Απριλίου 2005

Ο Πρόεδρος
ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΖΗΣΙΜΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * FAX 210 52 21 004
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: http: www.et.gr – e-mail: webmaster @ et.gr

Πληροφορίες Α.Ε. - Ε.Π.Ε. και λοιπών Φ.Ε.Κ.: 210 527 9000
Φωτοαντίγραφα παλαιών ΦΕΚ - ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ - ΜΑΡΝΗ 8 - Τηλ. (210)8220885 - 8222924
Δωρεάν διάθεση τεύχους Προκηρύξεων ΑΣΕΠ αποκλειστικά από Μάρνη 8 & Περιφερειακά Γραφεία
Δωρεάν ανάγνωση δημοσιευμάτων τεύχους Α΄ από την ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ Φ.Ε.Κ.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - Βασ. Όλγας 227	**(2310) 423 956**	**ΛΑΡΙΣΑ** - Διοικητήριο	**(2410) 597449**
ΠΕΙΡΑΙΑΣ - Ευριπίδου 63	**(210) 413 5228**	**ΚΕΡΚΥΡΑ** - Σαμαρά 13	**(26610) 89 122**
ΠΑΤΡΑ - Κορίνθου 327	**(2610) 638 109**		**(26610) 89 105**
	(2610) 638 110	**ΗΡΑΚΛΕΙΟ** - Πεδιάδος 2	**(2810) 300 781**
ΙΩΑΝΝΙΝΑ - Διοικητήριο	**(26510) 87215**	**ΛΕΣΒΟΣ** - Πλ.Κωνσταντινουπόλεως 1	**(22510) 46 654**
ΚΟΜΟΤΗΝΗ - Δημοκρατίας 1	**(25310) 22 858**		**(22510) 47 533**

ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΦΥΛΛΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΟΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

Σε έντυπη μορφή:
- Για τα ΦΕΚ από 1 μέχρι 16 σελίδες σε 1 euro, προσαυξανόμενη κατά 0,20 euro για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο ή μέρος αυτού.
- Για τα φωτοαντίγραφα ΦΕΚ σε 0,15 euro ανά σελίδα.

Σε μορφή CD:

Τεύχος	Περίοδος	EURO	Τεύχος	Περίοδος	EURO
Α΄	Ετήσιο	150	Αναπτυξιακών Πράξεων	Ετήσιο	50
Α	3μηνιαίο	40	Ν.Π.Δ.Δ.	Ετήσιο	50
Α΄	Μηνιαίο	15	Παράρτημα	Ετήσιο	50
Β'	Ετήσιο	300	Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας	Ετήσιο	100
Β΄	3μηνιαίο	80	Ανωτάτου Ειδικού Δικαστηρίου	Ετήσιο	5
Β΄	Μηνιαίο	30	Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων	Ετήσιο	200
Γ	Ετήσιο	50	Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων	Εβδομαδιαίο	5
Δ΄	Ετήσιο	220	Α.Ε. & Ε.Π.Ε	Μηνιαίο	100
Δ΄	3μηνιαίο	60			

- Η τιμή πώλησης μεμονωμένων Φ.Ε.Κ ειδικού ενδιαφέροντος σε μορφή cd-rom και μέχρι 100 σελίδες σε 5 euro προσαυξανόμενη κατά 1 euro ανά 50 σελίδες.
- Η τιμή πώλησης σε μορφή cd-rom δημοσιευμάτων μιας εταιρείας στο τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε. σε 5 euro ανά έτος.

ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ Φ.Ε.Κ. : τηλεφωνικά : 210 - 4071010, fax : 210 - 4071010 internet : http://www.et.gr.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ Φ.Ε.Κ.

	Σε έντυπη μορφή	Από το Internet
Α΄ (Νόμοι, Π.Δ., Συμβάσεις κτλ.)	225 €	190 €
Β΄ (Υπουργικές αποφάσεις κτλ.)	320 €	225 €
Γ΄ (Διορισμοί, απολύσεις κτλ. Δημ. Υπαλλήλων)	65 €	ΔΩΡΕΑΝ
Δ΄ (Απαλλοτριώσεις, πολεοδομία κτλ.)	320 €	160 €
Αναπτυξιακών Πράξεων και Συμβάσεων (Τ.Α.Π.Σ.)	160 €	95 €
Ν.Π.Δ.Δ. (Διορισμοί κτλ. προσωπικού Ν.Π.Δ.Δ.)	65 €	ΔΩΡΕΑΝ
Παράρτημα (Προκηρύξεις θέσεων ΔΕΠ κτλ.)	33 €	ΔΩΡΕΑΝ
Δελτίο Εμπορικής και Βιομ/κής Ιδιοκτησίας (Δ.Ε.Β.Ι.)	65 €	33 €
Ανωτάτου Ειδικού Δικαστηρίου (Α.Ε.Δ.)	10 €	ΔΩΡΕΑΝ
Ανωνύμων Εταιρειών & Ε.Π.Ε.	2.250 €	645 €
Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων (Δ.Δ.Σ.)	225 €	95 €
Πρώτο (Α΄), Δεύτερο (Β΄) και Τέταρτο (Δ΄)	–	450 €

- Το τεύχος του ΑΣΕΠ (έντυπη μορφή) θα αποστέλλεται σε συνδρομητές με την επιβάρυνση των 70 euro, ποσό το οποίο αφορά ταχυδρομικά έξοδα.
- Για την παροχή δικαιώματος ηλεκτρονικής πρόσβασης σε Φ.Ε.Κ. προηγουμένων ετών και συγκεκριμένα στα τεύχη Α΄, Β΄, Δ΄, Αναπτυξιακών Πράξεων & Συμβάσεων, Δελτίο Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας και Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων, η τιμή προσαυξάνεται πέραν του ποσού της ετήσιας συνδρομής έτους 2005, κατά 25 euro ανά έτος παλαιότητας και ανά τεύχος, για δε το τεύχος Α.Ε. & Ε.Π.Ε., κατά 30 euro.

* Οι συνδρομές του εσωτερικού προπληρώνονται στις ΔΟΥ (το ποσό συνδρομής καταβάλλεται στον κωδικό αριθμό εσόδων ΚΑΕ 2531 και το ποσό υπέρ ΤΑΠΕΤ (5% του ποσού της συνδρομής) στον κωδικό αριθμό εσόδων ΚΑΕ 3512).Το πρωτότυπο αποδεικτικό είσπραξης (διπλότυπο) θα πρέπει να αποστέλλεται ή να κατατίθεται στην αρμόδια Υπηρεσία του Εθνικού Τυπογραφείου.
* Η πληρωμή του υπέρ ΤΑΠΕΤ ποσοστού που αντιστοιχεί σε συνδρομές, εισπράττεται και από τις ΔΟΥ.
* Οι συνδρομητές του εξωτερικού έχουν τη δυνατότητα λήψης των δημοσιευμάτων μέσω internet, με την καταβολή των αντίστοιχων ποσών συνδρομής και ΤΑΠΕΤ .
* Οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις, οι Δήμοι, οι Κοινότητες ως και οι επιχειρήσεις αυτών πληρώνουν το μισό χρηματικό ποσό της συνδρομής και ολόκληρο το ποσό υπέρ του ΤΑΠΕΤ.
* Η συνδρομή ισχύει για ένα ημερολογιακό έτος. Δεν εγγράφονται συνδρομητές για μικρότερο χρονικό διάστημα.
* Η εγγραφή ή ανανέωση της συνδρομής πραγματοποιείται το αργότερο μέχρι την 31ην Δεκεμβρίου κάθε έτους.
* Αντίγραφα διπλοτύπων, ταχυδρομικές επιταγές και χρηματικά γραμμάτια δεν γίνονται δεκτά.

Οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης των πολιτών λειτουργούν καθημερινά από 08.00΄ έως 13.00΄

ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ